

BAB II

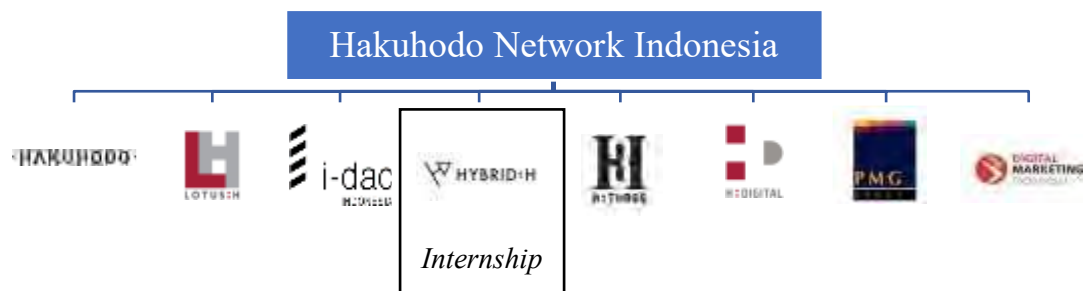
GAMBARAN UMUM PT HARDANA WIDYA MAHIR (HYBRID:H)

2.1 Profil Hybrid:H

Berdiri sejak tanggal 6 Oktober 1985, Hakuhodo merupakan sebuah *advertising agency* sekaligus *integrated marketing solutions company* yang masuk ke dalam peringkat sepuluh besar skala global. Agensi yang memiliki kantor pusat di Tokyo, Jepang ini telah memperluas jaringannya dengan membuka cabang perusahaan di beberapa negara seperti Singapura, Malaysia, Cambodia, Thailand, Indonesia, dan lain-lain. Hakuhodo membuka cabang perusahaan pertamanya di Indonesia pada tahun 2003 dengan nama Hakuhodo Network Indonesia. Hingga saat ini, Hakuhodo Network Indonesia memiliki delapan anak perusahaan agensi, antara lain Lotus:H, Hybrid:H, H:Three, H:Digital Indonesia, PMG Indonesia, I-DAC, dan Digital Marketing Indonesia (IREP).

Dalam struktur perusahaan Hakuhodo Network Indonesia, posisi Hybrid:H adalah sebagai berikut:

Gambar 2. 1 Struktur Hakuhodo Network Indonesia



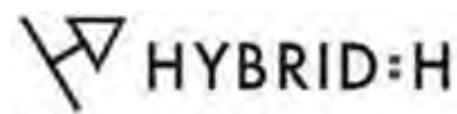
Sumber: Data Olahan Laporan Magang, 2020

Menurut Laurentius Erik selaku *creative director* sekaligus supervisi magang, lahirnya delapan anak perusahaan agensi Hakuhodo bukan tanpa alasan. Masing-masing agensi memiliki entitas dan

karakteristik yang berbeda sehingga akan memegang klien yang berbeda, menyesuaikan dengan karakteristik klien tersebut. Hal ini juga menghindari satu agensi memegang beberapa klien dengan kategori bisnis yang sama, untuk menghindari konflik antar *brand* atau terjadi *conflict of interest*. Sebagai contoh, saat ini Hakuodo menempatkan beberapa klien dengan sektor bisnis otomotif di agensi yang berbeda. Misalnya Toyota menjadi klien dari Hybrid:H, sedangkan Mitsubishi menjadi klien dari H:Three, dan sebagainya. Perbedaan anak perusahaan tersebut juga terdapat pada kategori agensinya. Hakuodo Indonesia, Lotus:H, H:Three, dan Hybrid:H termasuk dalam kategori *creative agency*. Sedangkan IDAC dan H;Digital memiliki spesialisasi di bidang *digital media placement*.

PT Hardana Widya Mahir atau yang biasa disebut dengan Hybrid:H merupakan anak perusahaan dari Hakuodo Network Indonesia. Beroperasi sejak tahun 2016 silam, Hybrid:H merupakan agensi ketiga dari Hakuodo Network yang hadir di Indonesia setelah Lotus:H dan I-DAC. Seperti namanya, Hybrid:H merupakan agensi iklan yang selalu mengedepankan persilangan antara semangat dan kreativitas. Berbeda dengan yang lainnya, Hybrid:H tidak menyebut dirinya sebagai agensi namun sebuah *creative solution company*. Sehingga, dalam setiap proyeknya, Hybrid:H selalu menggabungkan ide dan melahirkan sebuah solusi kreatif yang inovatif berlandaskan *insight shei-katsu-sha* yang dipegang oleh seluruh anak perusahaan Hakuodo. Berkolaborasi dengan Hakuodo Inc. di Tokyo dan Hakuodo Asia Pasific, Hybrid:H selalu menyediakan campuran solusi terbaik bagi kliennya.

Gambar 2. 2 Logo Perusahaan



Sumber: Data Perusahaan, 2020

Logo Hybrid:H memiliki tanda panah ke atas sebagai simbol dari landasan perusahaan, yaitu “*Take it Further*”. Dalam pengerjaan segala hal, Hybrid:H mendorong seluruh karyawannya untuk selalu melangkah lebih jauh dalam memberikan solusi kreatif. Sama seperti anak perusahaan lainnya, logo perusahaan Hybrid:H juga mengacu pada logo utama Hakuodo Internasional yang memiliki dua titik merah. Titik pertama menggambarkan titik awal setiap karyawan dalam menghadapi tantangan secara mandiri untuk menciptakan titik fokus baru dalam gaya hidup dan masyarakat. Titik kedua menggambarkan koneksi. Hakuodo berjanji untuk menghubungkan diri dengan berbagai isu sosial dan bertindak sebagai penghubung yang menghubungkan perusahaan, *startup*, teknologi, pemegang konten, otoritas lokal, dan pemain lain dalam rangka menerapkan struktur baru di masyarakat (Campaignasia, 2019).

2.1.1 Visi dan Misi Hybrid:H

Dalam menjalankan dan pengerjaan setiap proyek, Hybrid:H memiliki visi dan misi perusahaan yang menjadi landasan, yaitu:

1. Visi

Menciptakan *mindset* baru bahwa jawaban dari sebuah permasalahan bukanlah sekedar *advertising* melainkan sebuah solusi kreatif.

2. Misi

- a. Take it further.* Hybrid:H selalu mengombinasikan lebih dari dua ide dalam rangka menciptakan sebuah solusi kreatif yang inovatif.
- b. Tidak hanya mengandalkan iklan sebagai solusi,* namun menjawab kebutuhan klien dengan ide kreatif yang disusun berlandaskan filosofi *sei-katsu-sha*.

2.1.2 Divisi yang ada di dalam Hybrid:H

Terdapat enam buah divisi yang ada di Hybrid:H, yaitu:

1. *Account Management*

Divisi ini bertugas menjadi jembatan antara klien dan perusahaan. Mereka mengatur strategi pemasaran, melakukan negosiasi, menyampaikan kebutuhan dan keinginan klien, memberi *update* atau *follow up*, dan sebagainya. Terdapat empat posisi jabatan pada divisi Account Management Hybrid:H, yaitu *group account director*, *associate account director*, *account manager*, dan *account executive*.

2. *Creative*

Divisi ini bertugas mencari ide, menyusun konsep strategi kampanye iklan yang diterjemahkan dalam bentuk script, visual, dan audiovisual. Terdapat enam posisi jabatan yang ada di dalam divisi kreatif, yaitu *creative director*, *associate creative director*, *creative group head*, *art director*, *copywriter*, dan *graphic designer*.

3. *Creative Service*

Segala hal yang berkaitan dengan teknis produksi menjadi tanggung jawab dari divisi ini, seperti *shooting* TVC, merekam audio untuk iklan radio, dan membuat *creative product* lainnya. Divisi ini terdiri dari tiga posisi jabatan yaitu *senior producer*, *production admin support*, dan *traffic staff*. Fungsi *traffic staff* ialah memastikan kelancaran komunikasi setiap divisi dalam Hybrid:H.

4. *Strategic Planner*

Tugas utama Divisi *Strategic Planner* ialah melakukan riset untuk mencari *insight* yang dapat menjadi landasan solusi kreatif. Orang-orang yang berperan dalam divisi ini juga harus paham akan proses periklanan dan mampu menulis *creative brief*. Terdapat dua posisi jabatan dalam divisi ini, yaitu *associate strategic planning director* dan *senior strategic planner*.

5. *Finance*

Tugas divisi ini ialah untuk menangani segala hal yang berkaitan dengan keuangan perusahaan, seperti mengatur *cashflow* perusahaan, mengurus pajak, menghitung pengeluaran produksi, dan sebagainya. Terdapat tiga posisi jabatan pada divisi ini, yaitu *finance accounting & tax manager*, *senior finance accounting & tax*, dan *finance accounting assistant*.

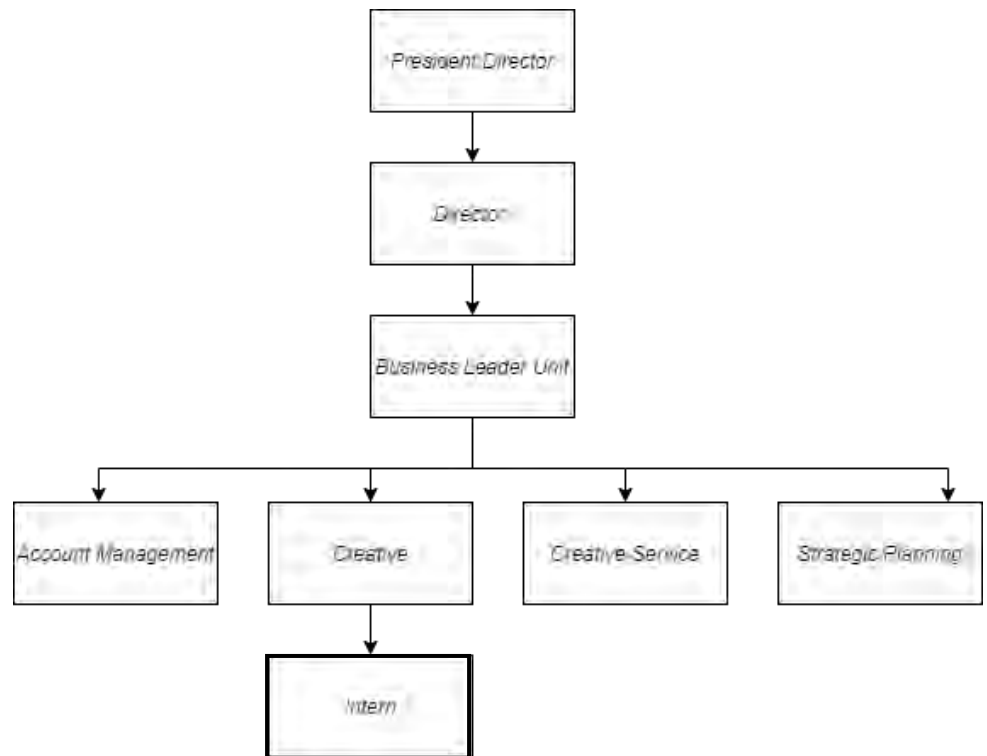
6. *Human Resources & General Affairs*

Segala hal yang berkaitan dengan keperluan karyawan seperti peraturan, perekrutan, pengembangan karakter, sistem kerja, dan lain-lain menjadi tugas dari divisi ini. Terdapat dua posisi jabatan dalam divisi ini, yaitu HRBP serta *secretary & GA*.

2.1.3 Struktur Organisasi Hybrid:H

Berikut merupakan struktur organisasi yang terdapat di dalam Hybrid:H:

Gambar 2. 3 Struktur Organisasi Hybrid:H



Sumber: Data Olahan Laporan Magang, 2020

Posisi *intern* dalam struktur organisasi berada di dalam divisi *creative*, sehingga *intern* memiliki kewajiban menjalankan tugas yang diberikan pada divisi kreatif khususnya membantu *senior copywriter* mengerjakan tugas *copywriting*. Berbeda dengan alur kerja agensi pada umumnya, ketika Hybrid:H menerima *brief* dari klien, masing-masing perwakilan dari divisi *account management*, *creative*, *creative service*, dan *strategic planner* akan berkumpul untuk mendengarkan *client's brief*. Hal ini bertujuan untuk mempersingkat alur kerja agensi yang biasanya harus melalui

rangkaian proses untuk sampai ke divisi tertentu. Setelah memiliki pemahaman yang sama mengenai *client's brief*, masing-masing divisi akan berkumpul untuk mendiskusikan solusi kreatif apa yang dapat ditawarkan sesuai dengan tugas divisinya.

Divisi *account management* akan menyusun strategi pemasaran dan menjaga komunikasi yang baik dengan klien. *Strategic planner* dalam proses ini bertugas melakukan riset, mencari *insight*, dan membuat *creative brief* untuk kemudian dikerjakan oleh divisi kreatif. Divisi *creative* kemudian mencari solusi kreatif yang sifatnya inovatif berupa iklan, *campaign*, maupun hal lainnya yang dituangkan ke dalam *draft* dengan format *script*, *audio*, dan *visual*.

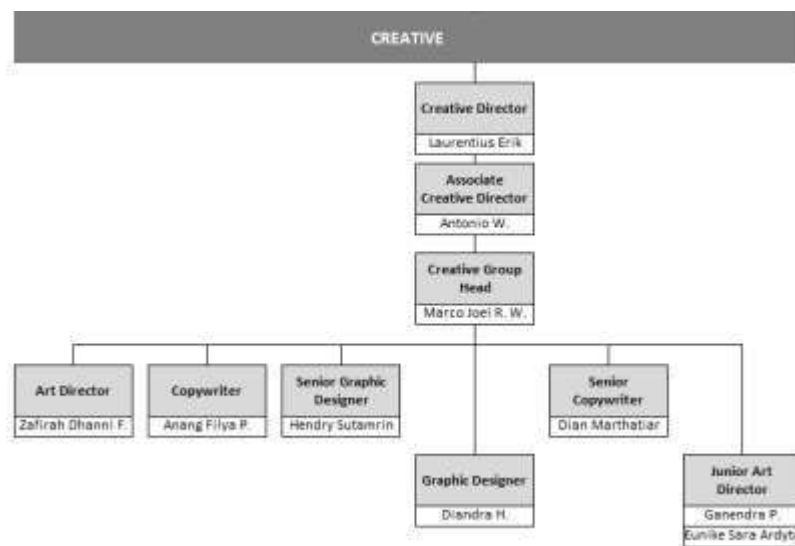
Tidak menutup kemungkinan bahwa *strategic planner* bisa menemukan data atau fakta baru selama berjalannya proses tersebut. Penemuan baru tersebut kemudian akan didiskusikan dengan divisi *creative* untuk disesuaikan dengan *output* ide. Solusi kreatif yang telah dirancang oleh *strategic planner* dan *creative* kemudian akan di-*review* bersama semua divisi, jika ada revisi maka akan diperbaiki dan dilakukan *review* kembali hingga solusi kreatif sudah disetujui oleh semua pihak dan dapat dipresentasikan kepada klien. Lalu *account executive* akan mempresentasikan hasil solusi kreatif dalam bentuk *final deck* ke klien. Jika klien telah menyetujui solusi kreatif yang diajukan, *strategic planner* kemudian akan melihat *insight target audience*, *audience media behaviour*, *market share*, dan *media recommendation* untuk menentukan media yang tepat sasaran dalam melakukan promosi. Seluruh perencanaan media akan menyesuaikan budget dari klien. Setelah menerima hasil dari *strategic planner*, divisi *creative*

service bertanggung jawab dalam seluruh proses produksi mulai dari mencari vendor, peralatan produksi, proses *shooting, editing*, dan sebagainya.

2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Kreatif

Berikut merupakan struktur divisi kreatif di Hybrid:H untuk menjelaskan ruang lingkup kerja divisi kreatif.

Gambar 2. 4 Struktur Divisi Kreatif



Sumber: Data Olahan Laporan Magang, 2020

Salah satu divisi dari Hybrid:H ialah *Creative*. Tugas utama dari divisi ini ialah mencari ide dan menyusun konsep dari solusi kreatif yang akan ditawarkan kepada klien. Langkah awal divisi kreatif dalam menyusun ide ialah melakukan *self-storming*. *Self-storming* merupakan aktivitas mencari ide secara individual secara terpisah agar tidak ada intervensi dari individu lain. Hal ini dilakukan agar baik setiap orang baik *group head, creative director, graphic designer, copywriter, dan art director* dapat mengeksplorasi idenya masing-masing. Idealnya, satu anggota dapat mencari sepuluh ide untuk diajukan dalam jangka waktu yang telah ditentukan bersama. Ketika seluruh tim kreatif berkumpul

untuk melakukan *brainstorming*, seluruh anggota dapat menceritakan idenya dan semakin banyak ide potensial yang dihasilkan. Setelah dilakukan pemilahan terhadap beberapa ide potensial, seluruh anggota akan menjalankan perannya sesuai *job description* dan melakukan *review* bersama sebelum ide diajukan kepada klien.

Berikut merupakan *job description* dari seluruh jabatan dalam divisi *creative*.

a. *Creative Director*

Bertanggung jawab sebagai pemimpin divisi kreatif yang harus mampu mengembangkan kreativitas setiap anggota timnya. *Creative director* bertugas memahami kebutuhan dan keinginan klien lalu merancang strategi kreatif untuk dikembangkan lagi bersama divisi kreatif. Seluruh hasil pekerjaan divisi kreatif akan dilaporkan kepada *creative director* untuk ditinjau kembali sebelum diajukan kepada klien.

b. *Creative Group Head*

Creative group head bertugas untuk memimpin beberapa tim kecil dalam divisi kreatif yang menangani klien yang berbeda. Tim kecil ini terdiri dari masing-masing satu orang *copywriter*, *art director*, dan *graphic designer*.

c. *Art Director*

Art director bertanggung jawab dalam penentuan cara terbaik mengkomunikasikan sebuah ide konsep secara visual. Tugas lainnya ialah membuat elemen desain dan penentuan *tone* atau gaya pembawaan sebuah iklan, campaign, publikasi, dan lain-lain. Seorang *art director* dalam divisi kreatif juga harus meninjau dan menyetujui

desain, fotografi, *artwork*, dan hasil grafis lainnya sebelum diajukan kepada *creative director*.

d. *Copywriter*

Bertanggung jawab untuk menentukan secara strategis pesan yang dinilai efektif untuk meraih target publik yang diinginkan serta dampak yang diinginkan. Selain itu, *copywriter* bertugas menemukan ide besar yang hendak dikemukakan dalam sebuah iklan dan menentukan gaya atau *tone* yang ingin dibawakan. Seorang *copywriter* harus dapat mengaryakan ide menjadi eksekusi, terlibat dalam produksi TVC, cetak, dan radio, serta mampu memberi arahan pada *graphic designer* dan *visualizer*. Tugas lain dari *copywriter* dalam divisi kreatif ialah menulis beberapa *storyline* dari hasil diskusi untuk dijadikan ke *storyboard* yang akan dipresentasikan ke klien.

e. *Graphic Designer*

Bertanggung jawab untuk menginterpretasikan ide menjadi materi visual. Termasuk di dalamnya, seorang *graphic designer* memiliki tugas utama membuat ilustrasi konsep dengan visualisasi gambar beserta *copy*-nya menjadi *prototype* untuk diproduksi oleh divisi *creative service* setelah disetujui.